

OS ELEMENTOS DO ESPAÇO TURÍSTICO URBANO NO PROCESSO DE PLANEJAMENTO: REFLEXÕES TEÓRICAS E ARTICULAÇÕES

Urban touring space elements in the planning process: Theoretical thoughts and articulations

Ana Paula SIVIERO¹

RESUMO

Este estudo tem como questão central a análise dos elementos do espaço turístico urbano e suas relações com o processo de planejamento. Busca-se, primeiramente, diferenciar e articular planejamento, turismo e espaço urbano, além de apontar os elementos constituintes do espaço turístico urbano. Para tanto, contrapõem-se diferentes autores. A metodologia de investigação baseia-se, portanto, em levantamentos bibliográfico e documental. Entre o material bibliográfico estão livros e artigos de cunho teórico, e baseiam-se, sobretudo, em *Kevin Lynch*, *José Lamas* e *Roberto Boullón*.

Palavras-chave:

Turismo; planejamento; espaço urbano.

ABSTRACT

This study has as central question the analysis of the elements from the urban touring space and its relations with the planning process. First, it is sought to distinguish and organize planning, tourism and urban space and also to point out the elements which establish the urban touring space. For this, different authors are compared and contrasted. The methodology of the investigation is based on bibliographic and documentary surveys. As bibliographic material, there are books and articles with theoretical background, and bases especially on *Kevin Lynch*, *José Lamas* and *Roberto Boullón*.

Key-words:

Tourism; planning; urban area.

¹ Bacharel em Turismo, Especialista em Gestão e Docência do Turismo pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, e Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Paraná. Professora do Curso de Turismo do Centro Universitário da Grande Dourados – UNIGRAN (Dourados-MS).

OS ELEMENTOS DO ESPAÇO TURÍSTICO URBANO NO PROCESSO DE PLANEJAMENTO: REFLEXÕES TEÓRICAS E ARTICULAÇÕES

O turismo ultrapassa os setores convencionais da economia, envolvendo aspectos de natureza social, cultural, espacial e ambiental. Nesse sentido é que se atribui à dificuldade de definições específicas e restritas a atividade turística, considerando a heterogeneidade do setor, freqüentemente descrito como uma atividade multifacetada.

Neste estudo procura-se analisar a discussão conceitual até agora registrada na produção científica relacionada ao turismo entendido como prática social. Não se trata de uma discussão epistemológica para a construção de uma teoria do turismo, nem mesmo de uma revisão exaustiva da literatura. As reflexões se centram, sobretudo, na articulação entre planejamento, turismo e espaço urbano.

Para iniciar tais reflexões é necessário considerar toda a complexidade do fenômeno turístico, suas relações sociais e espaciais capazes de fomentar o processo de (re)produção do espaço. Desta forma, primeiramente busca-se um conceito para turismo e turismo urbano. Num segundo momento delineiam-se diferenciações entre espaço urbano e espaço turístico urbano. Num terceiro momento apresentam-se os elementos do espaço turístico urbano. E, por fim, analisam-se as possibilidades de integração entre planejamento urbano e planejamento turístico.

TURISMO E TURISMO URBANO: O QUE É ISTO AFINAL?

McIntosh (1977 apud BENI, 2002) define o turismo como ciência e atribui à atividade uma conotação qualitativa quanto à satisfação das necessidades e desejos dos turistas. Já Boullón (2002) salienta que não se pode atribuir ao turismo o conceito de ciência, uma vez que as idéias que fundamentam a atividade turística, embora não sejam superficiais, são ainda desconectas. Ou seja, o turismo não se originou de uma teoria, mas de uma realidade espontânea observada por diferentes áreas do conhecimento.

Consideramos, de fato, que o turismo não pode ser considerado uma ciência, pois sua fundamentação permite considerá-lo um fenômeno social cujo ponto de partida é a existência de tempo livre, e tem na base da construção dos estudos relacionados à área, a contribuição de diferentes e diversas áreas do conhecimento.

Existem diversos aspectos explícitos associados ao turismo. É nesse sentido que se identificam três ten-

dências para a definição de turismo: a econômica, a técnica e a holística. Esta é uma tentativa de adaptar definições para atender objetivos diversos de diferentes óticas.

As definições econômicas reconhecem no turismo implicações empresariais, sendo a primeira definição sob essa ótica apresentada pelo economista austríaco Schullern em 1910, que atribuía ao turismo "a soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região" (apud BENI, 2002, p. 34).

Se comparada esta primeira definição a outras posteriormente apresentadas, podem ser observadas controvérsias entre estas, mesmo que o enfoque econômico prevaleça. Para Sessa (1993), o turismo aparece não como uma atividade terciária, mas como uma atividade industrial real, pois se transforma matéria-prima em produtos de comércio e consumo (apud BENI, 2002).

O turismo envolve, entretanto, a prestação de serviços, não permitindo conceituá-lo como indústria, uma vez que no turismo, a matéria-prima – no caso os atrativos turísticos – não são processados, ou seja, na indústria, a matéria-prima é obtida de recursos naturais e no turismo é fornecida pelos atrativos.

Para Boullón (2002, p. 55),

O termo matéria-prima não tem o mesmo significado no turismo e na indústria. Lembremos que, em primeiro lugar, é preciso distinguir que, na indústria, a matéria-prima deve ser extraída e transformada em outra coisa. No turismo, ao contrário, os atrativos devem permanecer intactos ou, caso sofram intervenções, essas ações ficam limitadas à restituição de alguma qualidade que possam ter perdido, seja pela ação destrutiva de outros setores, dos próprios turistas, ou pelo passar do tempo.

Isto não significa, todavia, que os atrativos não agreguem valores ao se transformarem em produtos competitivos e fomentarem fluxos de pessoas; porém não são "processados" industrialmente de forma tangível e concreta. O caráter fixo no espaço dos atrativos turísticos é uma característica específica da atividade turística.

O turismo passa a ser considerado, assim, como uma atividade socioeconômica, pois gera a produção de bens e serviços para o homem, visando à satisfação de diversas necessidades básicas e secundárias.

Uma definição técnica de turismo é estabelecida pela Organização Mundial do Turismo (OMT), que considera o turismo como "(...) as atividades de pessoas que viajam para lugares afastados de seu ambiente usual, ou

que neles permaneçam por menos de um ano consecutivo, a lazer, a negócios ou por outros motivos” (OMT, 2003, p. 20).

Há ainda as definições holísticas, que procuram abranger a totalidade do assunto. Dentre elas, destacam-se a definição dos professores suíços Hunziker e Kraft de 1942, que coloca o turismo como “a soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência de não-residentes, na medida em que não leva à residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória” (apud BENI, 2002, p. 36). Tal definição remete-se aos turistas como foco central do turismo, e permite interpretações multidisciplinares.

Sentindo a necessidade de incorporar ao estudo do turismo, teorias e conceitos de campos afins, como a antropologia, a sociologia, a economia, a geografia, a ciência política, a ecologia e os estudos urbanísticos, Jafar Jafari apresenta outra definição holística de turismo. Para ele o turismo “é o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, econômico e sociocultural da área receptora” (JAFARI apud BENI, 2002, p. 36).

Todas essas definições abordam elementos comuns, como: o deslocamento, a permanência fora do domicílio, a temporalidade, o objeto do turismo e o próprio turista. E trazem ainda abordagens diferentes, de acordo com a ótica apresentada, o que caracteriza o turismo, ainda, como uma atividade multidisciplinar envolvendo várias áreas do conhecimento, além das citadas por Jafari, outras também reconhecidas, como o direito, o *marketing*, a administração e a psicologia.

Todas essas considerações em torno do desenvolvimento da atividade turística não ocorrem desvinculadas do contexto de espaço, uma vez que, tanto os atrativos quanto os equipamentos e a infra-estrutura se manifestam de forma física e visível neste espaço, sobretudo quando se trata do espaço urbano.

Segundo Cruz (2001), o turismo urbano é de grande relevância na mobilidade mundial, afinal, desconsiderando as modalidades de turismo de aventura, ecológico, rural, entre outros, cujo suporte material constitui-se de locais pouco ou nada urbanizados, o turismo em ambientes urbanos representa a quase totalidade do fluxo turístico mundial. Há nas cidades atratividade turística, por tudo o que elas representam “como obras de arte das sociedades humanas, como lugares de encontro, do ir e vir, do acontecer de modo geral” (p. 16).

Algumas das transformações que o turismo produz podem ser previstas, outras talvez sejam inesperadas. A problemática consiste em gerenciar essas mudanças, assegurando seus benefícios e identificando os

impactos negativos para que sejam minimizados, ou para que os núcleos receptores não sofram com o declínio de suas funções urbanas tradicionais. Quando as mudanças são desejadas por algumas das partes no processo de desenvolvimento turístico e indesejadas por outros, o processo de mudança ganha um caráter político.

Segundo Tyler e Guerrier (2001), o turismo urbano trata dos processos sociais de mudança juntamente com os processos de decisão política, que acabam por ditar a natureza dessa mudança e que identificam ganhadores e perdedores, uma vez que a política é um poderoso instrumento de poder. Trata-se da busca dos meios pelos quais a mudança afeta os processos sociais da cidade e da necessidade de gerenciar a inevitabilidade do turismo urbano.

Gerir o turismo urbano remete, inevitavelmente, à busca pela compreensão dos processos de reestruturação e valorização do espaço urbano, com os desafios de uma economia globalizada e competitiva, verificados em um espaço dinâmico, como o espaço urbano em questão.

O ESPAÇO URBANO E O ESPAÇO TURÍSTICO URBANO: ESTAMOS FALANDO DA MESMA COISA?

Antes de procurar diferenciar espaço urbano e espaço turístico, é preciso primeiramente distinguir os conceitos de espaço urbano e cidade. Segundo Santos (1988) e Lefébvre (1999), a cidade é a forma, é a materialização de determinadas relações sociais, enquanto que o espaço urbano é o conteúdo, é a materialização no espaço das próprias relações sociais. Entretanto, não se pode fazer uma separação absoluta entre espaço urbano e cidade. Souza (2003) faz referência a esta interdependência: para ele a cidade é o concreto, o conjunto de redes, enfim a materialidade visível do urbano, enquanto que este é o abstrato, porém o que dá sentido e natureza à cidade.

A cidade concentra pessoas e seus meios de produção, e ainda, segundo Carlos (1994, p. 83), é o lugar da divisão econômica do trabalho, da divisão social do trabalho dentro de um processo produtivo social, como um elo na divisão espacial do trabalho na totalidade do espaço produzido. E acrescenta que “[...] o espaço urbano aparece como concentração através da cidade [...]” sendo esta, uma das condições históricas necessárias ao seu aparecimento e que transcende uma concepção meramente econômica. O processo de produção do espaço urbano não refere-se apenas à questão econômica, mas também às questões sociais, políticas, ideológicas e jurídicas, articuladas em sua totalidade na formação econômica e social.

Nesse sentido, “o urbano é mais que um modo de produzir é também um modo de consumir, pensar, sentir; enfim, é um modo de vida” (CARLOS, 1994, p. 84). A cidade aparece como forma de apropriação deste espaço produzido.

Já Lamas (2000) identifica a forma da cidade enquanto a maneira como a mesma se organiza e se articula à sua arquitetura, e neste contexto, “(...) a arquitetura não pode ser compreendida senão como parte da cidade, como um acontecimento submerso num sistema complexo de relações (espaciais e outras) com o resto do espaço urbanizado” (p. 41).

Para Cavalcanti (2001, p. 15), “a cidade é um espaço geográfico, é um conjunto de objetos e de ações, mas entendendo que ela expressa esse espaço, como lugar de existência das pessoas, não apenas como um arranjo de objetos, tecnicamente orientado”.

Pensar o espaço como um conjunto de objetos e de ações implica ressaltar os estudos de Milton Santos referentes à temática em questão, onde o autor oportunamente coloca que:

O espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como um quadro único no qual a história se dá. (...) Sistemas de objetos e sistemas de ações interagem. De um lado, os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistemas de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes. É assim que o espaço encontra sua dinâmica e se transforma (SANTOS, 2002, p. 63).

Espaço urbano é definido por Corrêa (2002, p. 9) como um espaço “(...) fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, um conjunto de símbolos e campos de lutas”. É assim a própria sociedade em uma de suas dimensões, aquela mais aparente, materializada nas formas espaciais.

O espaço urbano constitui-se, portanto, no conjunto de diferentes usos da terra (comerciais, de serviços, industriais, residenciais, de lazer, dentre outros) justapostos entre si, o que retrata um espaço fragmentado. Este, todavia, é articulado, uma vez que cada uma de suas partes mantém relações espaciais com as demais. É ainda, um reflexo da sociedade do presente e do passado, que deixa suas marcas na organização espacial, sendo assim desigual e mutável. É condicionante social, ou seja, o lugar onde as diversas classes sociais vivem e se reproduzem. Envolve também as crenças, valores e mitos criados na sociedade e projetados nas formas espaciais: monumentos, lugares sagrados, dentre outros. Além de ser cenário e objeto das lutas sociais, que bus-

cam, entre outros, o direito à cidade e à cidadania plena e igual para todos.

Do ponto de vista espacial, o turismo é um grande consumidor do espaço, responsável também pela produção e transformação do mesmo, e toda sua complexidade é expressa pelas relações sociais e pela sua materialização, que compõe o processo de produção desse espaço.

É pelo processo de consumo do espaço pelo turismo que se gesta os espaços turísticos. Porém, a organização do espaço turístico requer uma crescente racionalidade, que deve estar apoiada em um processo de planejamento dotado de ações responsáveis e de objetivos previamente estabelecidos.

A abordagem espacial do turismo precisa de uma referência da relação entre turismo e o meio urbano. Para Castrogiovanni (2000), a ordenação urbana compreende o processo de organização dos elementos que compõem o espaço urbano de acordo com o estabelecimento de relações de ordem, com base na construção de uma hierarquia de valores, no caso, com o objetivo de facilitar o desenvolvimento das atividades turísticas. A ordenação turística é a busca conveniente dos meios existentes no espaço para o sucesso das propostas relativas às atividades turísticas.

A cidade é, portanto, o espaço apropriado pelas sociedades, e este espaço deve ser visto como um fator de evolução social, produzido e reproduzido constantemente. As cidades são ainda, partes representativas da complexidade do espaço geográfico. Embora turismo e espaço não apresentem o mesmo significado, ambos se complementam, e a reflexão sobre suas características particulares permite uma futura e melhor compreensão do chamado espaço turístico.

Segundo Boullón (2002, p. 79),

o espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infra-estrutura turística, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país.

Segundo Cruz (2001, p. 24) existe uma diferença fundamental entre o espaço urbano produzido pelo turismo e o espaço urbano. É que, “(...) no primeiro caso, trata-se da criação de um novo espaço produtivo”. O espaço urbano em si constitui-se suporte e, ao mesmo tempo, atrativo para o turismo.

Tais reflexões permitem considerar a diferença entre o espaço urbano propriamente dito, e o espaço turístico urbano. O primeiro é a base de estruturação das cidades e de todas as relações estabelecidas neste es-

paço; o espaço turístico urbano é mais uma forma de apropriação deste espaço para o desenvolvimento de atividades turísticas. O turismo utiliza-se de toda infraestrutura e facilidades do espaço urbano para seu pleno desenvolvimento, podendo ainda, ser responsável pela (re)produção deste espaço, de acordo com as necessidades que impulsionam a concretização da atividade turística nas destinações.

OS ELEMENTOS DO ESPAÇO TURÍSTICO URBANO

Lynch (1997) em seus estudos sobre *A Imagem da Cidade*, trabalha com o conceito de “legibilidade” do ambiente urbano. Para o autor uma cidade só é “legível” se puder ser “imaginável”, ou seja, é necessário que haja clareza física na imagem. Para ele, existem cinco elementos da cidade que podem ser percebidos pelos seus usuários: os caminhos, os pontos nodais, os bairros, os limites e os marcos. Adaptando estes elementos ao turismo, Boullón (2002) aponta-os como: logradouros, marcos, bairros, setores, bordas e roteiros.

Lamas (2000) trabalha ainda com os elementos morfológicos do espaço urbano, pormenorizando alguns dos elementos identificados nos estudos de Lynch (1997) e Boullón (2002). Para ele, entre os elementos morfológicos do espaço urbano estão: o solo, os edifícios, o lote, o quarteirão, a fachada, o logradouro, o traçado e a rua, a praça, o monumento, a árvore e a vegetação, e também, o mobiliário urbano. Segundo Lamas (2000, p. 38), o estudo da morfologia urbana “(...) ocupa-se da divisão do meio urbano em partes (elementos morfológicos) e da articulação destes entre si e com o conjunto que definem os lugares que constituem o espaço urbano”.

Os logradouros de Boullón (2002) correspondem aos caminhos e pontos nodais de Lynch (1997). Tratam-se de espaços abertos ou cobertos de uso público, em que o morador da cidade e o turista podem entrar e percorrer livremente. Como exemplos podem ser citados: um parque, um zoológico, uma praça, uma galeria, um centro comercial, uma feira, um mercado, o átrio de uma igreja ou uma estação de ônibus. O que diferencia os caminhos dos pontos nodais é que estes últimos têm natureza de conexão, como, por exemplo, um cruzamento de ruas ou uma esquina.

O logradouro de Lamas (2000) não constitui, em sua acepção, um elemento morfológico autônomo, ele tem outro significado, sendo o espaço privado do lote²

não ocupado por construção. Trata-se de “(...) um complemento residual, um espaço que fica escondido: não é utilizado pela habitação nem contribui para a forma dos espaços públicos” (p. 102). O que se aproxima dos caminhos e dos pontos nodais de Lynch (1997) e dos logradouros de Boullón (2002) são os elementos morfológicos rua e praça.

Para Lamas (2000), o elemento rua destaca-se pela sua função de deslocamento, percurso e mobilidade de bens, pessoas e idéias. A rua existe nos vários níveis ou escalas da forma urbana, desde a rua pedonal até a travessa, avenida ou via rápida. Ele aponta a praça como o “lugar intencional do encontro, da permanência, dos acontecimentos, de práticas sociais, de manifestações de vida urbana e comunitária e de prestígio, e, conseqüentemente, de funções estruturantes e arquiteturas significativas” (p. 102).

Os marcos para Lynch (1997) podem ser definidos de duas maneiras distintas: na primeira, o elemento é visível a partir de muitos outros lugares e, portanto, a localização é crucial; e na segunda, fundamental é a existência de contraste local com os elementos vizinhos, podendo ser a variação no recuo e/ou altura. Para Boullón (2002, p. 196-197) os marcos são objetos, artefatos urbanos ou edifícios que, pela dimensão ou qualidade de sua forma, destacam-se do resto e atuam como pontos de referência, tais como: um edifício enorme, um monumento, uma fonte, um cartaz de propaganda, uma igreja ou um quiosque de informação ao público.

Os marcos não são trabalhados por Lamas (2000). Ele aponta, entretanto, dois elementos importantes para identificar esta categoria: o monumento e a fachada. O monumento é um fato urbano singular, individualizado pela sua presença, configuração e posicionamento na cidade e pelo seu significado. Trata-se de um dos elementos que fundamentam o princípio das permanências, pois persistem no tecido urbano e resistem a transformações. Sua existência vai além do desempenho de uma função, assumindo significados culturais, históricos e estéticos. A fachada é o elemento que evidencia a transição entre o mundo coletivo do espaço urbano e o mundo privado das edificações. Ela exprime as características funcionais da edificação, além da linguagem arquitetônica, moldando a imagem da cidade. De um lado é o invólucro visível de uma edificação, e de outro o cenário que define o espaço urbano.

O estudo de Oba (1998, p. 7) aborda os marcos referenciais urbanos e caracteriza-os como: monumentos, construções, espaços ou conjuntos urbanos com

² Para Lamas (2000), o lote (parcela fundiária) é um princípio essencial da relação dos edifícios com o terreno. Não é apenas uma porção cadastral, mas também a gênese e a base da edificação.

forte conotação de “lugar”, apreendidos por uma grande parcela da população que vê neles uma referência física, cultural, histórica ou psicológica relevante para a construção do seu espaço existencial. No conjunto, eles formam os elementos demarcadores perceptíveis do espaço urbano e sobre os quais se referencia a totalidade construída para o restabelecimento de uma estrutura compreensível e significativa.

Pode-se dizer que um marco significativo para um morador de determinada localidade nem sempre implica em marcos motivadores de fluxos turísticos, pois exigem familiarização com o meio, alcançada ao longo do tempo. Os marcos gerais são geralmente mais perceptíveis pelos turistas, segundo estudo desenvolvido por Boullón (2002). Os chamados marcos “locais” refletem o estudo dos elementos de Lynch (1997), que se referem ao observador enquanto morador de dada localidade. Os marcos “gerais” de Boullón (2002) dizem respeito à capacidade de visualização da paisagem na perspectiva do observador-turista. Aos marcos locais podem servir de referência espacial para situar os turistas, quando estes não constituem atrativos turísticos.

Os bairros para Lynch (1997) são espaços de uma cidade com uma extensão bidimensional. Para Boullón (2002) são seções da cidade relativamente grandes, nos quais o turista pode entrar e se deslocar. Como os logradouros e marcos, alguns bairros integram a lista de atrativos turísticos mais visitados em um centro turístico porque têm a vantagem de possibilitar que, em seu interior, vejam-se outros atrativos turísticos, como uma igreja (marco), ou uma praça e um mercado (logradouros).

Lamas (2000, p. 110) aponta que os elementos morfológicos identificáveis na escala bairro são: os traçados e praças, os quarteirões e monumentos, os jardins e áreas verdes. Nesta escala está embutido o que ele denomina de “dimensão setorial” ou “escala de rua”

onde são identificáveis os edifícios (com suas fachadas e planos marginais), o traçado e também a árvore ou a estrutura verde, o desenho do solo e o mobiliário urbano.

Os setores são para Boullón (2002) partes da cidade substancialmente menores que os bairros, mas que têm as mesmas características destes. Às vezes eles não têm mais do que três ou quatro quadras. Em geral, os setores são os restos que permanecem de um antigo bairro, cujas edificações originais foram suplantadas por outras mais modernas, quando essa parte da cidade alcançou um novo valor comercial. Do ponto de vista turístico, os setores são muito importantes porque, se forem valorizados, podem servir para mostrar como foi, um dia, uma cidade ou um povoado em sua etapa de máximo esplendor arquitetônico.

Os limites para Lynch (1997) correspondem às bordas apontadas por Boullón (2002). Trata-se de elementos lineares que marcam o limite entre duas partes de uma cidade. Uma borda é um elemento fronteiro que separa bairros diferentes, quebra a continuidade de um espaço homogêneo ou define os extremos ou margens de partes da cidade. As bordas podem ser fortes, como um rio, uma via férrea ou uma autoestrada, separando as partes fisicamente, mas podem também ser fracas, como uma avenida, edifícios de alturas ou idades diferentes e ruas de larguras diferentes, separando as partes apenas visivelmente.

Os roteiros são elementos apontados apenas por Boullón (2002). Eles são as vias de circulação selecionadas para o trânsito turístico de veículos e de pedestres, tendo em vista seus deslocamentos para visitar os atrativos turísticos. Os roteiros de passeio em veículo são aqueles que devem ser selecionados para compor o percurso de *city tours* e os roteiros para pedestre são os que conectam os atrativos turísticos próximos e definem os circuitos dentro dos bairros.

QUADRO 01 – OS ELEMENTOS DO ESPAÇO URBANO NUM COMPARATIVO ENTRE AUTORES

LYNCH	BOULLÓN	LAMAS
CAMINHOS	LOGRADOUROS	RUAS
PONTOS NODAIS		TRAÇADOS
BAIRROS	BAIRROS	ESCALA BAIRRO
LIMITES	BORDAS	---
MARCOS	MARCOS	MONUMENTO FACHADAS PRAÇAS JARDINS ÁREAS VERDES
---	SETORES	---
---	ROTEIROS	---

ORG.: SIVIERO, A. P., 2005.

Os elementos apresentados por Lynch (1997), Lamas (2000) e Boullón (2002) podem ser observados, de forma sintética e comparativa, a partir do Quadro 01. É necessário evidenciar que Lynch e Lamas se remetem ao espaço urbano e apenas Boullón trabalha a questão dos elementos do espaço turístico urbano.

PLANEJAMENTO URBANO E PLANEJAMENTO TURÍSTICO: É POSSÍVEL INTEGRÁ-LOS?

Pensar o espaço urbano e toda discussão que permeia o seu uso turístico remete inevitavelmente considerar o planejamento urbano como instrumento de organização espacial e sua integração com o planejamento turístico.

Souza (2002, p. 46) procura diferenciar planejamento e gestão, apontando que o

... planejamento é a preparação para a gestão futura, buscando-se evitar ou minimizar problemas e ampliar margens de manobra; e a gestão é a efetivação, ao menos em parte (...) das condições que o planejamento feito no passado ajudou a construir.

Portanto, longe de serem concorrentes ou intercambiáveis, estes dois conceitos, embora distintos, são complementares.

Entende-se por planejamento a “definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias à sua materialização” (PETROCCHI, 1998, p. 19). Segundo Molina e Rodríguez (2001, p. 79), “o planejamento é o resultado de um processo lógico de pensamento, mediante o qual o ser humano analisa e estabelece os meios que permitirão transformá-lo de acordo com seus interesses e aspirações”. Ou seja, buscar ações para uma visão previamente estabelecida de um futuro desejado.

Segundo Souza (2003, p. 48), essa visão futura implica em se construírem cenários que simulem desdobramentos, sem a preocupação de quantificar probabilidades e de tentar “prever” o futuro, como se a história fosse passível de completa determinação, ignorando a contingência que sempre existe nos processos históricos.

O planejamento urbano é uma ferramenta para a promoção do desenvolvimento socioespacial, que, segundo Souza (2003, p. 61), pode ser percebido pela melhoria da qualidade de vida e pelo aumento da justiça social no meio urbano. Tradicionalmente, o planejamento urbano vem se utilizando de dois instrumentos fundamentais: os Planos Diretores e os Zoneamentos.

O Plano Diretor pode ser definido como um conjunto de princípios e regras orientadoras da ação dos

agentes que constroem e utilizam o espaço urbano. O objetivo do Plano Diretor é

... ser um instrumento para a definição de uma estratégia para a intervenção imediata, estabelecendo poucos e claros princípios de ação para o conjunto dos agentes envolvidos na construção da cidade, servindo também de base para a gestão pactuada da cidade (BRASIL, 2001, p. 42).

Assim, mais do que um documento técnico, normalmente hermético ou genérico, distante dos conflitos reais que caracterizam a cidade, o Plano passa a significar um espaço de debate dos cidadãos e de definição de opções, conscientes e negociadas, por uma estratégia de intervenção do território.

O zoneamento caracteriza-se em uma diretriz do Plano Diretor que consiste em repartir o território de um determinado município em unidades que expressem diferentes destinos espaciais para o uso e ocupação do solo. “O ideal é que o zoneamento produza um conjunto claro e altamente legível de regras fundamentais que orientarão o desenvolvimento da cidade” (BRASIL, 2001, p. 44).

O planejamento é, portanto, uma atividade que tem a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar os objetivos que foram propostos. Ruschmann (2001, p. 84) acredita que o planejamento do turismo

constitui o instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade, determinando suas dimensões ideais, para que, a partir daí, possa-se estimular, regular ou restringir sua evolução.

Ignarra (2002, p. 62) defende a idéia de que o planejamento se torna necessário tanto para maximizar os efeitos positivos, quanto e principalmente para que os efeitos negativos sejam mitigados. O planejamento da atividade turística se mostra como um poderoso instrumento de fomento ao desenvolvimento socioeconômico de uma comunidade.

Beni (2001, p. 166) coloca que o planejamento é

o processo de interferir e programar os fundamentos definidos do turismo que, conceitualmente, abrange três pontos essenciais e distintos: estabelecimento de objetivos, definição de cursos de ação e determinação da realimentação, já que a atividade apresenta enorme interdependência e interação de seus componentes.

O autor reforça a necessidade do planejamento integrado no setor de turismo, indicando, “que todos os seus componentes devem estar devidamente sincronizados e seqüencialmente ajustados”.

Beni (2001) aponta ainda que o planejamento estratégico estabelece os grandes eixos ou bases do desenvolvimento do turismo, podendo ser definido como “o processo destinado a determinar os objetivos gerais do desenvolvimento, as políticas e as estratégias que nortearão os aspectos referentes aos investimentos, ao uso e ao ordenamento dos recursos utilizáveis para este fim” (p. 167).

O planejamento turístico, segundo Ignarra (2002), deve estabelecer estratégias nos seguintes campos:

... preparação e conservação dos atrativos turísticos, ampliação e/ou melhoria da infra-estrutura de serviços turísticos, ampliação e/ou melhoria dos serviços urbanos de apoio ao turismo, ampliação e/ou melhoria da infra-estrutura básica, capacitação dos recursos humanos, conscientização da população para a importância turística, legislação de controle de qualidade do produto turístico, legislação de preservação do patrimônio turístico, legislação de fomento a atividades turísticas, captação de investimentos e promoção turística (p. 67).

Os resultados do processo de planejamento irão depender do entorno econômico, social, político e administrativo, relativo ao conjunto de ações de intervenção sobre uma dada situação ou realidade. O planejamento

constitui, portanto, uma forma de aproximação de uma realidade existente a uma realidade desejada, devendo servir como instrumento para satisfação das necessidades humanas e sociais, e promover o desenvolvimento local. O planejamento urbano, portanto, deve ser abrangente e integrado, sendo o planejamento turístico apenas uma de suas facetas.

Das cidades os turistas consomem o meio ambiente, seus recursos turísticos – base sobre a qual se fundamenta a atividade turística (lugares naturais, paisagens, manifestações culturais, monumentos, folclore, acontecimentos programados, realizações técnicas, dentre outros.) – suas infra-estruturas, sua cultura, seu povo, enfim, consomem a cidade como um todo. A soma agregada de todos esses fatores reconhece-se como o produto turístico de qualquer lugar geográfico (DIAS, 2003).

A totalidade urbana, somada aos elementos turísticos por ela incorporada, permite considerar a necessidade de integrar as ações que delineiam a organização espacial das cidades através do planejamento com as políticas setoriais de desenvolvimento turístico, numa ação administrativa conjunta e participativa. Muitas cidades por si mesmas se constituem em atrativo turístico, e o turismo por si mesmo contribui para melhorar a imagem da cidade.

REFERÊNCIAS

- BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. 7.ed. São Paulo: SENAC, 2002.
- _____. *A política de turismo*. In: TRIGO, L. G. G. (Org.). *Turismo: como aprender, como ensinar*. São Paulo: SENAC, 2001.
- BOULLÓN, R. C. *Planejamento do espaço turístico*. Tradução de: Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- BRASIL. *Estatuto da Cidade: guia para implementação pelos municípios e cidadãos*. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2001. 273p. (Série fontes de referência. Legislação, nº 40).
- CARLOS, A. F. A. *A (re)produção do espaço urbano*. São Paulo: Edusp, 1994.
- CASTROGIOVANNI, A.C. (org.). *Turismo urbano*. São Paulo: Contexto, 2000.
- CAVALCANTI, L. de S. (org.). *Geografia da cidade: a produção do espaço urbano de Goiânia*. Goiânia: Alternativa, 2001.
- CORRÊA, R.L. *O espaço urbano*. 4.ed. São Paulo: Ática, 2002.
- CRUZ, R. de C. *Política de turismo e território*. São Paulo: Contexto, 2001.
- DIAS, R. *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2003.
- IGNARRA, L. R. *Planejamento turístico municipal: um modelo brasileiro*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- LAMAS, José M. R. G. *Morfologia Urbana e desenho da Cidade*. 2.ed. Fundação Calouste Gulbenkan, Fundação para a Ciência e Tecnologia, 2000.
- LEFEBVRE, H. *A cidade do capital*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- LYNCH, K. *A imagem da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- MOLINA, S. E.; RODRÍGUEZ, S. A. *Planejamento integral do turismo: um enfoque para a América Latina*. Tradução de: Carlos Valero. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- OBA, L. T. *Os marcos urbanos e a construção da cidade: a identidade de Curitiba*. São Paulo, 1998. 327f. Tese (Doutoramento em Estruturas Ambientais Urbanas) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo.
- OMT. Organização Mundial do Turismo. *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Tradução de: Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- PETROCCHI, M. *Turismo: planejamento e gestão*. São Paulo: Futura, 1998.

RUSCHMANN, D. v. de M. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 7.ed. Campinas, SP: Papirus, 2001.

SANTOS, M. *Metamorfose do espaço habitado*. São Paulo: Hucitec, 1988.

_____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Edusp, 2002.

SOUZA, M. J. (org.). *Políticas públicas e o lugar do turismo*.

Brasília: UnB; Departamento de Geografia; Ministério do Meio Ambiente, 2002.

SOUZA, M. L. *Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e à gestão urbanos*. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

TYLER, D.; GUERRIER, Y.; ROBERTSON, M. (org.). *Gestão de Turismo Municipal*. Tradução de: Gleice Regina Guerra. São Paulo: Futura, 2001.